

Pemberdayaan Perempuan Melalui Inovasi Pengolahan dan Pemasaran Pangan Lokal Keripik Singkong Untuk Mendukung Ekonomi Kreatif di Desa Petar Luar

Dimas Andriansyah^{1*}, Naurah Aqilah Iklima Darma², Sana Herliana³, Salsabilla Syafitri⁴, Mifta Huljanah⁵, Hajatul Umami S³, Bella Cintia⁶, Isnayati Nur⁷

¹Program Studi Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Palembang, Indonesia

²Program Studi Pendidikan Matematika, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Palembang, Indonesia

³Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Palembang, Indonesia

⁴Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Palembang, Indonesia

⁵Program Studi Sistem Informasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Palembang, Indonesia

⁶Program Studi Ilmu Perpustakaan, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Palembang, Indonesia

⁷Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Palembang, Indonesia

Article Information

Article history:

Received Maret 3, 2026

Approved Maret 11, 2026

Keywords:

Desa Petar Luar; Ekonomi Kreatif; Keripik Singkong; Pemasaran Digital; Pemberdayaan Perempuan

ABSTRAK

Desa Petar Luar memiliki potensi agrikultur yang melimpah, salah satunya adalah komoditas ubi kayu atau singkong. Namun, minimnya inovasi pascapanen membuat singkong umumnya hanya dijual dalam bentuk mentah dengan nilai ekonomis yang rendah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan ibu rumah tangga (IRT) dan kader Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Desa Petar Luar melalui hilirisasi komoditas lokal menjadi produk olahan keripik singkong bernilai jual tinggi. Kegiatan ini dilaksanakan pada 23 Januari 2026 bertempat di Posko KKN, dengan melibatkan peserta wanita pada rentang usia produktif. Pendekatan yang digunakan adalah *Community Based Training* (Pelatihan Berbasis Masyarakat) yang mencakup praktik pengolahan higienis, pengemasan, penentuan harga pokok produksi (HPP), hingga pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan antusiasme yang tinggi dari warga. Melalui pelatihan ini, masyarakat berhasil memproduksi keripik singkong dengan tiga varian rasa (original, balado, dan jagung manis) di bawah merek dagang "Kipik Kitchen Natives". Tim mahasiswa juga berhasil mendampingi warga dalam memperluas jangkauan pasar melalui strategi

pemasaran multichannel (omnichannel), yakni secara luring melalui sistem konsinyasi di warung lokal dan secara daring menggunakan platform Shopee serta WhatsApp Business. Kegiatan ini menyimpulkan bahwa sentuhan inovasi pengemasan dan literasi pemasaran digital pada produk pangan lokal terbukti mampu menstimulasi pertumbuhan ekonomi kreatif desa dan membuka peluang kemandirian finansial bagi keluarga.

© 2025 JGEN

*Corresponding author email: andriansyahdimas10@gmail.com

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi di kawasan pedesaan sangat bergantung pada bagaimana masyarakat lokal mengelola dan memanfaatkan potensi sumber daya alam yang ada di sekitarnya. Desa Petar Luar merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi agraris cukup menjanjikan, di mana sebagian besar warganya berprofesi sebagai petani. Salah satu komoditas pangan lokal yang sangat mudah tumbuh dan melimpah di desa ini adalah ubi kayu atau singkong (*Manihot esculenta*). Singkong telah lama menjadi tanaman pekarangan dan kebun yang akrab dengan kehidupan sehari-hari warga. Namun, fakta di lapangan menunjukkan bahwa rantai nilai (*value chain*) dari komoditas ini terputus pada tahap panen. Mayoritas warga langsung menjual singkong dalam bentuk umbi mentah utuh, yang tentu saja memiliki harga jual atau margin keuntungan yang sangat rendah di pasaran (Rosita et al., 2021).

Ketidakmampuan dalam memaksimalkan nilai tambah (*added value*) hasil bumi ini berbanding lurus dengan lambatnya pertumbuhan ekonomi tingkat keluarga di Desa Petar Luar. Di sisi lain, desa ini memiliki modal sosial berupa kelompok perempuan pada usia dewasa produktif, khususnya para ibu rumah tangga dan anggota PKK, yang belum terberdayakan secara optimal. Keterlibatan perempuan dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sejatinya merupakan motor penggerak ekonomi kreatif yang mampu menyelamatkan keluarga dari kerentanan finansial (Sari & Rahayu, 2022). Oleh karena itu, diperlukan sebuah intervensi program pemberdayaan yang mampu mengintegrasikan potensi sumber daya alam lokal dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusia.

Merespons tantangan tersebut, Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang menginisiasi program pelatihan pengolahan pangan lokal berbahan dasar singkong. Dari berbagai alternatif produk olahan, pembuatan keripik singkong dipilih sebagai fokus utama pelatihan. Keputusan ini didasarkan pada pertimbangan rasional bahwa keripik singkong merupakan camilan lintas generasi yang memiliki pangsa pasar stabil, proses produksinya mudah diaplikasikan pada skala industri rumahan (*home industry*), dan hanya membutuhkan modal awal yang sangat minim (Kurniawan & Astuti, 2023). Namun, untuk memenangkan persaingan di pasar modern, memproduksi keripik yang renyah saja tidaklah cukup. Banyak usaha mikro pedesaan yang gagal bertahan akibat kelemahan pada sektor pengemasan (*packaging*) dan ketiadaan

strategi pemasaran (Fadillah et al., 2024). Menyadari hal tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang lebih komprehensif, tidak sekadar mengajarkan cara menggoreng singkong.

Melalui dukungan dari Bapak Bambang Herawan selaku Kepala Desa Petar Luar, program ini ditargetkan mampu melatih warga secara holistik. Intervensi yang diberikan mencakup standardisasi kebersihan produksi, inovasi varian rasa, pembuatan label kemasan komersial, metode penetapan harga pokok produksi (HPP), hingga literasi pemasaran multialasan (secara konsinyasi *offline* maupun digitalisasi melalui Shopee dan WhatsApp Business). Melalui hilirisasi pangan lokal ini, diharapkan akan lahir embrio wirausaha baru yang mandiri, kompetitif, dan mampu memperkuat fondasi ekonomi kreatif di Desa Petar Luar.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan kerangka *Community Based Training* (Pelatihan Berbasis Masyarakat). Pendekatan ini berfokus pada pelibatan warga secara aktif dan mengedepankan praktik langsung (*hands-on practice*), sehingga transfer pengetahuan dapat langsung diaplikasikan menjadi keterampilan vokasional (keterampilan kerja).

Pra-Pelaksanaan, Survei dan Koordinasi

Sebelum program dieksekusi, tim mahasiswa KKN melakukan tahapan survei pendahuluan. Survei ini mencakup pemetaan kondisi demografi desa, identifikasi potensi komoditas ekonomi lokal, serta penentuan sasaran program pemberdayaan. Dari hasil survei, komoditas singkong diidentifikasi sebagai hasil pertanian yang melimpah namun belum dimaksimalkan rantai nilainya.

Guna memastikan kelancaran dan legalitas program, tim melakukan koordinasi intensif dengan Kepala Desa Petar Luar, Bapak Bambang Herawan. Pembahasan bersama aparat desa dan pengurus PKK mencakup perizinan kegiatan, penetapan lokasi, jadwal pelaksanaan, hingga strategi mobilisasi warga. Sebagai bentuk integrasi dengan potensi lokal, bahan baku singkong yang digunakan dalam pelatihan ini didapatkan melalui proses panen langsung dari kebun milik warga setempat.

Waktu, Tempat dan Khalayak Sasaran

Pelatihan pembuatan keripik singkong ini diselenggarakan pada hari Jumat, 23 Januari 2026, bertempat di Posko KKN Mahasiswa di Desa Petar Luar. Pemilihan posko sebagai pusat kegiatan bertujuan untuk menciptakan suasana belajar yang membaur, interaktif, dan akrab.

Khalayak sasaran kegiatan ini direkrut secara terbuka (umum) bagi seluruh warga yang berminat. Peserta yang hadir didominasi oleh kelompok usia dewasa produktif (rentang usia 25 hingga 55 tahun), yang terdiri dari ibu rumah tangga (IRT), kader Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK), serta perwakilan pemuda dari Karang Taruna. Keterlibatan lintas elemen ini diharapkan mampu mempercepat proses difusi (penyebaran) inovasi di tengah masyarakat.

Tahapan Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan pelatihan dirancang secara komprehensif untuk diselesaikan dalam satu hari penuh. Tahapan pelaksanaan dibagi menjadi tiga pilar utama edukasi bisnis:

1. Fase Higienitas dan Pengolahan Produksi: Tim mahasiswa mendemonstrasikan Standar Operasional Prosedur (SOP) pengolahan pangan yang higienis. Peserta mempraktikkan langsung proses pencucian bahan baku, pengupasan, pengirisan singkong dengan ketebalan yang konsisten, hingga teknik penggorengan yang tepat agar menghasilkan tekstur renyah. Peserta juga diajarkan teknik pencampuran bumbu untuk menciptakan tiga varian rasa unggulan (original, balado dan jagung manis).
2. Fase Pengemasan dan Kalkulasi HPP: Peserta diberikan edukasi bahwa kualitas visual kemasan sangat memengaruhi harga jual. Praktik difokuskan pada penggunaan kemasan plastik tebal (*standing pouch*) yang kedap udara. Pada sesi ini, mahasiswa juga mengajarkan dasar-dasar literasi keuangan, yakni cara menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) yang mencakup modal bahan baku dan tenaga kerja, untuk menentukan margin keuntungan dan harga jual produk yang logis di pasaran.
3. Fase Pemasaran Terpadu (*Omnichannel*): Pelatihan ditutup dengan edukasi strategi pemasaran. Peserta tidak hanya diarahkan untuk menjual produk secara konvensional (*luring*) melalui sistem titip jual (*konsinyasi*) di toko dan warung sekitar desa, tetapi juga dibekali dengan strategi pemasaran digital (*daring*). Mahasiswa menginisiasi pembuatan merek dagang "Kipik Kitchen Natives" dan melatih peserta untuk mengoperasikan platform *e-commerce* Shopee serta memanfaatkan fitur katalog pada WhatsApp Business.

Indikator keberhasilan dari metode ini diukur melalui kemampuan peserta secara mandiri dalam merampungkan produk keripik singkong yang siap jual beserta kemasannya pada akhir sesi pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Optimalisasi Bahan Baku Lokal dan Higienitas Produksi

Langkah awal dari intervensi ekonomi kreatif ini adalah menyadarkan masyarakat akan besarnya potensi sumber daya alam di sekitar mereka. Kegiatan praktik yang dilaksanakan di Posko KKN Desa Petar Luar ini diawali dengan pemanenan komoditas bahan baku secara mandiri. Tim mahasiswa bersama perwakilan warga memanen singkong secara langsung dari kebun lokal. Pendekatan ini memberikan edukasi visual bahwa modal utama untuk memulai usaha rumahan sejatinya sudah tersedia di lahan pekarangan warga dan dapat diperoleh dengan biaya yang sangat minim, atau bahkan gratis (Rosita et al., 2021).



Gambar 1. Proses Pemanenan Komoditas Singkong Secara Langsung dari Kebun Warga Desa Petar Luar Sebagai Bahan Baku Utama Keripik

Setelah bahan baku terkumpul, fase selanjutnya adalah demonstrasi pengolahan yang higienis. Ibu-ibu rumah tangga dan anggota PKK mempraktikkan proses pencucian umbi hingga bersih dari residu tanah. Selanjutnya, singkong dikupas dan diiris menggunakan alat pemotong khusus untuk memastikan ketebalan irisan presisi dan seragam. Ketebalan yang seragam ini sangat krusial dalam menentukan tingkat kematangan dan tekstur renyah saat proses penggorengan.



Gambar 2. Partisipasi Aktif Ibu-Ibu PKK Dalam Proses Pengupasan dan Pengirisan Singkong Secara Presisi

Proses penggorengan dilakukan secara bergotong royong. Pada tahap ini, peserta didedukasi mengenai manajemen suhu minyak untuk menghindari kegosongan yang dapat merusak cita rasa produk (Sari & Rahayu, 2022). Praktik langsung ini mematahkan persepsi bahwa produksi skala UMKM membutuhkan peralatan pabrik yang mahal; sebaliknya, produksi dapat berjalan optimal hanya dengan memanfaatkan peralatan dapur rumah tangga standar.



Gambar 3. Proses Penggorengan Irisan Singkong Menggunakan Wajan Skala Rumah Tangga dengan Pengawasan Suhu Minyak yang Stabil
Inovasi Varian Rasa, Pengemasan dan Penjenamaan (*Branding*)

Salah satu kelemahan mendasar dari produk olahan pedesaan adalah pengemasan yang terkesan seadanya (biasanya hanya menggunakan plastik bening yang diikat karet atau lilin). Guna meningkatkan nilai komersial, mahasiswa KKN mengedukasi warga tentang pentingnya inovasi produk (*product differentiation*). Keripik singkong yang telah matang dan ditiriskan kemudian diracik menjadi tiga varian rasa yang digemari pasar, yakni rasa original, balado, dan jagung manis.



Gambar 4. Peserta Memasukkan Keripik Singkong ke Dalam Kemasan Plastik Tebal Kedap Udara (*Standing Pouch*) Secara Higienis

Setelah proses peracikan bumbu selesai, keripik dimasukkan ke dalam kemasan *standing pouch* berbahan plastik tebal yang kedap udara. Penggunaan kemasan ini tidak hanya bertujuan untuk menjaga kualitas kerenyahan produk agar tahan lama, tetapi juga memberikan tampilan visual yang lebih premium dan elegan (Fadillah et al., 2024).



Gambar 5. Produk Keripik Singkong yang Telah Berhasil Dikemas Rapi ke Dalam *Standing Pouch* dan Siap Untuk Diberikan Label Merek

Untuk menyempurnakan identitas produk, mahasiswa KKN menginisiasi proses penjenamaan (*branding*). Kemasan keripik yang sudah tertutup rapat kemudian ditempelkan stiker label merek dagang bertuliskan "**Kipik Kitchen Natives**". Penciptaan identitas visual ini adalah langkah krusial dalam membangun kepercayaan konsumen dan membedakan produk Desa Petar Luar dari produk kompetitor di pasaran.



Gambar 6. Tampilan Akhir Produk Komersial Keripik Singkong dengan Identitas Label Merek "Kipik Kitchen Natives" Varian Original dan Balado

Hilirisasi Ekonomi: HPP dan Pemasaran Terpadu (*Omnichannel*)

Produk yang berkualitas tidak akan menghasilkan keuntungan jika tidak didukung oleh strategi penetapan harga dan penetrasi pasar yang tepat. Sebelum mendistribusikan produk, peserta diberikan pendampingan literasi keuangan untuk merumuskan Harga Pokok Produksi (HPP). Peserta diajarkan cara mengkalkulasi modal bahan baku, minyak goreng, bumbu, hingga biaya kemasan, guna merumuskan harga jual yang kompetitif namun tetap memberikan margin keuntungan yang wajar bagi kas keluarga (Kurniawan & Astuti, 2023).

Fase pamungkas dari kegiatan ini adalah praktik pemasaran terpadu (*omnichannel*). Secara luring (luar jaringan/offline), tim KKN mendampingi warga untuk mendistribusikan produk secara konsinyasi (titip jual) ke berbagai warung dan toko kelontong di sekitar desa. Strategi ini sangat efektif untuk memutar arus kas secara cepat.



Gambar 7. Pendampingan Pemasaran Luring dengan Sistem Konsinyasi (Titip Jual) Produk Keripik di Warung 2A Desa Petar Luar



Gambar 8. Perluasan Titik Distribusi Pemasaran Produk Lokal Keripik Singkong ke Toko Kelontong di Sekitar Kawasan Pedesaan

Di samping pemasaran tradisional, inovasi yang paling menonjol dari program ini adalah edukasi pemasaran digital. Warga diperkenalkan dengan ekosistem ekonomi digital melalui pembuatan akun toko di *e-commerce* Shopee dan pemanfaatan fitur katalog pada aplikasi WhatsApp Business. Transisi menuju pemasaran daring ini membuahkan respons yang sangat positif dari warga, karena mereka menyadari bahwa produk desa kini berpeluang menjangkau konsumen yang jauh lebih luas tanpa harus terikat pada batas geografis. Kegiatan yang berjalan lancar tanpa hambatan berarti ini membuahkan harapan besar dari aparat desa agar unit usaha "Kipik Kitchen Natives" dapat terus diproduksi secara berkelanjutan oleh kelompok ibu rumah tangga sebagai penopang ekonomi keluarga.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan pengolahan dan pemasaran keripik singkong di Desa Petar Luar telah terlaksana secara komprehensif dan berdampak nyata. Melalui pendekatan *Community Based Training*, kelompok ibu rumah tangga dan kader PKK berhasil mengubah komoditas singkong mentah yang bernilai rendah menjadi produk olahan bernilai komersial tinggi. Inovasi yang dihadirkan tidak hanya sebatas pada diferensiasi tiga varian rasa (original, balado, dan jagung manis), tetapi juga mencakup standardisasi pengemasan menggunakan *standing pouch* dan penciptaan merek dagang "Kipik Kitchen Natives". Literasi penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dan penerapan strategi pemasaran *omnichannel* (konsinyasi luring di toko desa serta digitalisasi via Shopee dan WhatsApp Business) membuktikan bahwa warga pedesaan mampu beradaptasi dengan ekosistem kewirausahaan modern. Kegiatan ini menyimpulkan bahwa hilirisasi pangan lokal yang disertai dengan transfer keterampilan manajemen bisnis merupakan instrumen yang sangat efektif untuk memicu pertumbuhan UMKM pedesaan, menyerap tenaga kerja perempuan, dan mewujudkan kemandirian finansial bagi keluarga di Desa Petar Luar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adviany, I., Nuriyah, S., Zahra, F., Saumi, F., Laila, V., & Zaman, M. M. B. (2023). Pengembangan UMKM keripik singkong melalui digitalisasi menuju desa mandiri. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2).
- Aryati, I., Sudarwati, S., Dewi, T. R., & Setyo, W. A. (2024). Pemberdayaan pengrajin keripik ubi ungu melalui pendampingan dan kemitraan usaha. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1).
- Dunggio, S., Abdussamad, J., Dance Tui, F. P., & Abdussamad, S. (2024). Keterlibatan perempuan dalam pengembangan UMKM kue sukade di Desa Tunggulo Selatan: Peluang dan tantangan. *Empiris: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 32–41. <https://doi.org/10.59713/ejppm.v2i1.1096>
- Fadillah, A., Siregar, M., & Harahap, N. (2024). Pengaruh Inovasi Kemasan dan Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Pedesaan. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Pemberdayaan Nusantara*, 5(1), 112-120.

- Hariyana, N., Sari, A. D. N., Eko, A. W., Anggraini, D. A., & Ulum, L. (2025). Pemberdayaan UMKM keripik singkong di Desa Jumerto. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 1400–1404. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.4157>
- Kurniawan, A., & Astuti, R. (2023). Literasi Keuangan dan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) pada Kelompok Usaha Mikro Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Bina Desa*, 4(2), 89-97.
- Mardatillah, M., Lumentut, S. N., Hartika, H., Hidayah, N., Aprilia, A., & Gustina, G. (2025). Pemberdayaan sumber daya perempuan melalui pendampingan pemasaran digital UMKM keripik kangkung. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 10(1). <https://doi.org/10.29407/ja.v10i1.27307>
- Mawarni, N. H., Izaturrohmah, I., Sholihah, R., Altifa, N. P., & Diniati, B. T. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pembuatan keripik usus untuk meningkatkan ekonomi keluarga. *Jalujur: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1).
- Momo, L. L., Malo, M. W., Pingge, Y., & Habamananga, R. (2025). Pemanfaatan pangan lokal sebagai upaya pemberdayaan perempuan melalui inovasi produk keripik pisang dan ubi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2). <https://doi.org/10.59562/abdimas.v3i2.11048>
- Pambreni, Y., Maghfuriyah, A., & Udriyah, U. (2023). Peningkatan usaha keripik singkong berbasis teknologi tepat guna menuju UMKM yang berdaya saing pasca pandemi. *KUAT: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 6(1). <https://doi.org/10.31092/kuat.v6i1.2342>
- Rosita, E., Hidayat, T., & Fitriani, D. (2021). Hilirisasi Komoditas Pertanian Lokal Sebagai Upaya Peningkatan Nilai Tambah dan Pendapatan Petani. *Jurnal Agroteknologi Tropika*, 11(3), 210-218.
- Sari, P., & Rahayu, T. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Pengolahan Pangan Lokal Skala Industri Rumahan. *Jurnal Pemberdayaan Komunitas*, 4(1), 45-56.
- Tsabita, P., Syabitha, F. N., Hasanah, N., Putra, P. D., Veronika, M., & Alie, J. (2024). Pelatihan inovasi produk keripik singkong sebagai upaya peningkatan UMKM di Desa Petanang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(4). <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i4.32474>
- Wulandari, S. Y., Wahyuningtyas, A., Laili, I. N., & Sulistyowati, S. N. (2023). Pelatihan pengembangan keripik pisang sebagai produk unggulan masyarakat desa. *Insan Cendekia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.46838/ic.v2i1.606>
- Wulandari, S., Purnomowati, R., & Haryanto, Y. (2023). Pemanfaatan Platform E-Commerce dan Media Sosial dalam Strategi Pemasaran Produk Olahan Hasil Pertanian di Era Digital. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 9(2), 112-124.